

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil BMT Ngudi Makmur

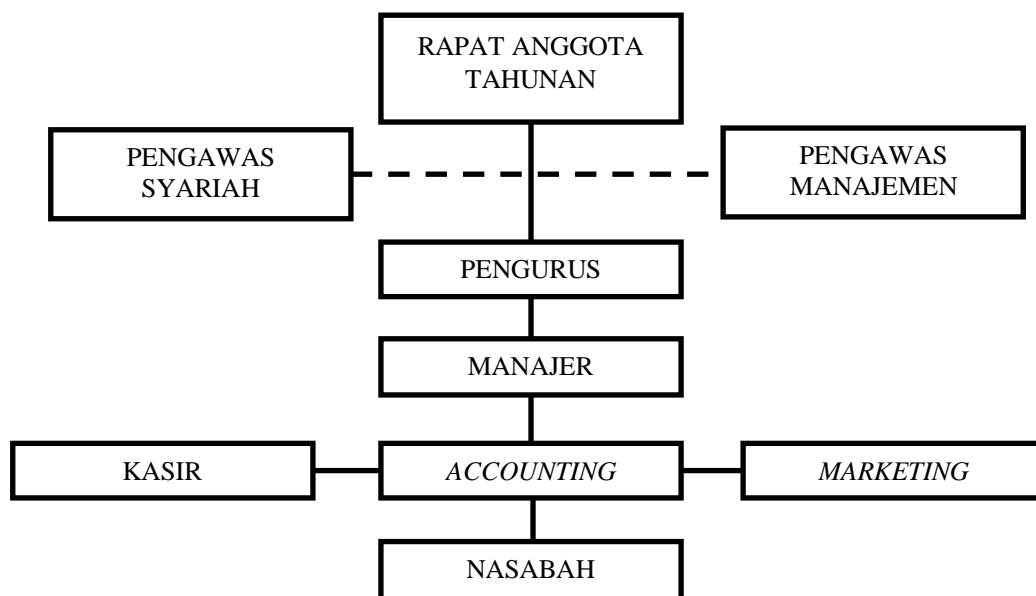
1. Sejarah BMT Ngudi Makmur

Pada tanggal 22 Desember 2009, LKM di Imorenggo resmi terdaftar di Dinas Koperasi dan memiliki badan hukum dengan nomor 34/BH/XV.3/2009 dengan nama KJKS BMT Trans Ngudi Makmur yang selanjutnya dikenal sebagai BMT Ngudi Makmur. Pembinaan yang berjalan selama ini berasal dari Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil Menengah (PINBUK) dan Dinas Koperasi Kabupaten Kulon Progo berupa pelatihan-pelatihan, seperti pelatihan untuk pengurus, pengawas dan pengelola.

Dalam upaya pengumpulan modal LKM, dibutuhkan sejumlah orang yang bertugas mengumpulkan modal dari masyarakat yang disebut sebagai tim motivator saham. Tim motivator saham bertugas mencari calon pembeli saham dengan cara memberikan sosialisasi ke setiap RT di Imorenggo. Hasilnya, total modal yang terkumpul dari masyarakat Imorenggo berjumlah Rp 8 juta dengan harga Rp 30.000 per lembar. Selain itu, untuk mendukung permodalan, BMT Ngudi Makmur mendapatkan dana hibah dari Dinsosnakertrans Kulon Progo sebesar Rp 35 juta pada tahun 2010.

2. Struktur Organisasi BMT Ngudi Makmur

Visi BMT Ngudi Makmur adalah menjadi lembaga keuangan yang dapat mendukung kelancaran ekonomi dan kemajuan serta kesejahteraan anggota dan masyarakat di Imorenggo. Dalam menjalankan sebuah organisasi, perlu adanya struktur yang merupakan salah satu sarana manajemen untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi merupakan susunan atau hubungan antara tiap bagian secara posisi yang ada dalam perusahaan dalam menjalin kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Pembentukan struktur organisasi dalam sebuah organisasi bertujuan agar posisi setiap anggota organisasi dapat dipertanggungjawabkan mengenai hak dan kewajibannya. Di BMT Ngudi Makmur, terdapat 9 komponen dalam struktur organisasi yang saling berkoordinasi sesuai tugas dan fungsinya masing-masing.



Gambar 3. Struktur Organisasi BMT Ngudi Makmur

Rapat Anggota Tahunan (RAT) adalah rapat anggota rutin yang dilakukan sekali dalam setahun. Rapat anggota merupakan pemegang kekuasaan tertinggi atau majelis tertinggi untuk membahas dan menetapkan keputusan yang berhubungan dengan kebijakan pengurus selama tahun yang lampau dan menyusun rencana kerjatahun yang akan datang. Pada tahun 2013, BMT Ngudi Makmur melaksanakan RAT pada bulan Maret. RAT dilakukan minimal satu tahun sekali untuk menetapkan beberapa hal sebagai berikut.

- a. Anggaran dasar.
- b. Kebijakan umum manajemen koperasi, keuangan dan usaha.
- c. Memilih, mengangkat, memberhentikan pengurus, pengawas dan anggota.
- d. Menetapkan rencana kerja, anggaran pendapatan dan belanja, mengesahkan laporan keuangan.
- e. Mengesahkan laporan pertanggungjawaban pengurus dan pengawas dalam melaksanakan tugas.
- f. Pembagian sisa hasil usaha, penggabungan, peleburan dan pembubaran.

Pengawas Syariah merupakan dewan pengawas yang dipilih anggota dalam RAT yang bertugas mengawasi jalannya operasional BMT agar tetap sesuai dengan ketentuan syariah yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN). Pengawas syariah melakukan koordinasi dengan pengawas manajemen.

Pengawas Manajemen merupakan dewan pengawas yang bertugas mengawasi dan memberikan kontrol terhadap jalannya fungsi organisasi BMT. Pengawas manajemen berkoordinasi dengan pengawas syariah. Pengawas manajemen bertanggung jawab atas segala yang dilakukan oleh pengurus BMT Ngudi Makmur. Tugas dan wewenang dewan pengawas sebagai berikut.

- a. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan koperasi.
- b. Membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasannya.
- c. Berwenang meneliti catatan yang ada di koperasi.
- d. Berwenang mendapat segala keterangan yang diperlukan.

Pengurus merupakan segenap orang yang bertanggung jawab atas jalannya seluruh operasional BMT Ngudi Makmur dan fungsi organisasi yang berlangsung di dalamnya. struktur pengurus BMT Ngudi Makmur terdiri dari ketua, sekretaris, dan bendahara dengan tugas sebagai berikut.

- a. Mengelola organisasi, usaha, aset dan administrasi.
- b. Mengajukan rencana kerja, anggaran belanja dan pendapatan.
- c. Menyelenggarakan RAT.
- d. Menyampaikan laporan keuangan dan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.
- e. Menyelenggarakan administrasi pembukuan keuangan dan inventaris secara tertib.
- f. Memelihara daftar buku anggota dan inventaris.

Manajer adalah orang yang bertanggung jawab kepada pengurus dan melakukan fungsi manajemen di BMT Ngudi Makmur dengan tugas sebagai berikut:

- a. Memimpin operasional BMT Ngudi Makmur sesuai dengan tujuan dan kebijakan yang digariskan oleh pengurus.
- b. Membuat rencana kerja tahunan, bulanan, dan mingguan yang meliputi rencana pemasaran, rencana pembiayaan, rencana biaya operasi, dan rencana keuangan.
- c. Laporan keuangan BMT Ngudi Makmur Imorenggo, Karangsewu, Galur.
- d. Membuat kebijakan khusus sesuai kebijakan umum yang telah digariskan oleh pengurus.
- e. Memimpin dan mengarahkan kegiatan yang dilakukan oleh stafnya.
- f. Membuat laporan bulanan dan tahunan serta mendiskusikannya dengan pengurus berupa laporan pembiayaan baru, laporan perkembangan pembiayaan, laporan keuangan, neraca, dan laba rugi, laporan kesehatan BMT Ngudi Makmur.
- g. Membina usaha anggota, baik perorangan maupun kelompok.

Marketing adalah pengelola BMT Ngudi Makmur yang bertanggung jawab terhadap manajer terkait dengan penggalangan dana dengan tugas sebagai berikut.

- a. Melakukan kegiatan penggalangan tabungan anggota atau masyarakat.
- b. Menyusun rencana penggalangan tabungan.
- c. Merencanakan pengembangan produk-produk tabungan.
- d. Melakukan analisis data tabungan.

- e. Melakukan pembinaan anggota penabung.
- f. Membuat laporan perkembangan tabungan.
- g. Mendiskusikan strategi penggalangan dana bersama pengurus.

Accounting merupakan pengelola BMT Ngudi Makmur yang bertanggung jawab terhadap manajer terkait dengan penyaluran dana dengan tugas sebagai berikut.

- a. Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada peminjam.
- b. Menyusun rencana pembiayaan.
- c. Menerima berkas pengajuan pembiayaan.
- d. Melakukan analisis pembiayaan.
- e. Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan.
- f. Melakukan administrasi pembiayaan.
- g. Melakukan pembinaan anggota pembiayaan agar tidak macet.
- h. Membuat laporan perkembangan pembiayaan.

Kasir atau teller adalah pengelola BMT Ngudi Makmur yang bertanggung jawab kepada manajer terkait dengan keluar masuknya keuangan di BMT Ngudi Makmur dengan tugas sebagai berikut.

- a. Bertindak sebagai penerima uang dan juru bayar (kasir).
- b. Menerima atau menghitung uang dan membuat bukti penerimaan.
- c. Melakukan pembayaran sesuai dengan perintah manajer.
- d. Melayani dan membayar pengambilan tabungan.
- e. Membuat buku kas harian.
- f. Setiap awal dan akhir jam kerja menghitung uang yang ada.

Nasabah adalah masyarakat Desa Karangsewu atau luar desa yang memanfaatkan BMT Ngudi Makmur, dengan mendaftar menjadi anggota BMT Ngudi Makmur dan memanfaatkan produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Ngudi Makmur.

Namun pada kenyataan yang terjadi di lapangan, fungsi-fungsi struktur tersebut belum berjalan sebagaimana mestinya. dimana salah satu fungsi bekerja rangkap yakni manajer merangkap sebagai *marketing*, karena pengelola yang bertugas di bagian *marketing* mengundurkan diri. Total terdapat tiga orang dalam struktur organisasi yang ada yaitu ketua BMT, manajer yang merangkap sebagai *marketing* juga dan kasir.

3. Karakteristik Anggota BMT Ngudi Makmur

Perkembangan anggota BMT Ngudi Makmur dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah anggota BMT Ngudi Makmur pada saat awal pembentukan yang terdiri 121 anggota kemudian semakin bertambah hingga mencapai 358 anggota pada tahun 2013. Dalam merekrut anggota, BMTNgudi Makmur tidak menetapkan syarat khusus, sehingga calon anggota atau masyarakat menjadi mudah untuk bergabung menjadi anggota BMT Ngudi Makmur. Rata-rata penambahan anggota BMT Ngudi Makmur setiap tahun sekitar 40 sampai 50 nasabah.

Anggota BMT Ngudi Makmur tersebar di berbagai wilayah, baik wilayah Imorenggo maupun luar Imorenggo. Rata-rata anggota BMT Ngudi Makmur yang berasal dari luar Imorenggo merupakan karyawan perusahaan tambang besi yang

terletak kurang dari 1 km dari Imorenggo. Adapun sebaran wilayah anggota yang berasal dari luar Imorenggo meliputi Siliran, Karangwuni, Pengasih, Wates, dan Bantul. Mayoritas anggota BMT Ngudi Makmur menekuni usaha di bidang pertanian, perdagangan, dan nelayan.

4. Produk BMT Ngudi Makmur

BMT Ngudi Makmur memiliki produk berupa simpanan, pembiayaan, *baitul maal*, dan jasa. Produk simpanan merupakan produk yang mendominasi di BMT Ngudi Makmur jika dibanding dengan kelima produk yang lainnya (Tabel 11)

Tabel 1. Jenis Produk BMT Ngudi Makmur

Jenis Produk			
Simpanan	Pembiayaan	<i>Baitul Maal</i>	Jasa
1. Simpanan Mudharabah	1. Pembiayaan Usaha	1. Zakat	1. Pembayaran listrik secara online
2. Simpanan Mudharabah Berjangka	2. Pembiayaan Jual Beli Barang	2. Infaq	
3. Simpanan Pendidikan	3. Pembiayaan Sewa	3. Shadaqah	
4. Simpanan Qurban	4. Pembiayaan Kebajikan	4. Wakaf	
5. Simpanan Walimah			
6. Simpanan Haji dan Umrah			

Sumber: Data Sekunder BMT Ngudi Makmur

Produk simpanan. Dari 6 jenis produk simpanan yang ditawarkan BMT Ngudi Makmur, baru 3 produk (50%) yang baru terlaksana dari tahun 2008 hingga saat ini, yakni simpanan mudharabah, simpanan mudharabah berjangka, dan simpanan pendidikan. Hal ini dikarenakan kemampuan masyarakat Imorenggo untuk melakukan simpanan masih sebatas simpanan mudharabah dan

pendidikan. Untuk produk lain, terutama simpanan haji dan umrah sama sekali belum dimanfaatkan oleh nasabah BMT Ngudi Makmur. Begitupula dengan simpanan qurban dan walimah, mayoritas masyarakat Imorenggo belum memiliki finansial yang cukup untuk memanfaatkan produk-produk tersebut.

Produk pembiayaan. Dari keempat jenis produk pembiayaan BMT Ngudi Makmur, ada 2 jenis produk pembiayaan (50%) yang dimanfaatkan oleh nasabah, yaitu produk pembiayaan usaha dan pembiayaan jual beli barang. Sementara untuk 2 jenis produk lainnya belum dimanfaatkan karena pihak pengelola belum cukup menguasai mekanisme dan penerapan untuk produk pembiayaan sewa, sedangkan untuk pembiayaan kebajikan masih terkendala di sumber dana. Hal ini disebabkan sumber dana untuk disalurkan ke pembiayaan kebajikan berasal dari dana infaq, sementara dana infaq di BMT Ngudi Makmur belum cukup memadai untuk disalurkan guna memenuhi pengajuan pembiayaan kebajikan. Pengumpulan dana infaq di BMT Ngudi Makmur yaitu dengan memberikan penawaran kepada calon nasabah ketika mereka melakukan realisasi akad. Sampai saat ini, belum ada ketentuan khusus dalam pengumpulan dana infaq di BMT Ngudi Makmur.

Produk *baitul maal*. Untuk produk *baitul maal* masih belum optimal karena dari 4 jenis produk *baitul maal*, baru infaq yang sudah terlaksana, meskipun dilihat dari jumlah nominalnya masih belum dapat untuk disalurkan ke pembiayaan kebajikan. Sampai penelitian ini dilakukan, jumlah dana infaq yang terkumpul di BMT Ngudi Makmur selama 5 tahun baru mencapai Rp593.250. Dilihat dari jumlah nominal dana infaq yang terkumpul, wajar apabila BMT Ngudi Makmur belum dapat merealisasikan layanan produk pembiayaan

kebajikan. Hal ini disebabkan kondisi ekonomi masyarakat Imorenggo yang masih belum cukup kuat sehingga pemanfaatan untuk produk baitul maal pun masih kurang.

Produk jasa. Untuk produk jasa, meskipun baru satu jenis produk, yakni layanan pembayaran listrik online, dalam praktiknya sudah cukup baik karena hampir seluruh masyarakat Imorenggo sudah memanfaatkan layanan ini. Produk layanan pembayaran listrik online tergolong produk baru, sekitar tahun 2010 setelah jaringan listrik masuk di Imorenggo. Dengan adanya layanan produk ini, masyarakat Imorenggo dimudahkan untuk membayar listrik. Masyarakat Imorenggo belum memanfaatkan produk simpanan qurban, haji, dan walimah karena mereka belum memiliki finansial yang cukup untuk disalurkan pada ketiga produk tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat Imorenggo merupakan masyarakat transmigrasi yang sedang berada dalam tahap perkembangan sehingga rata-rata motivasi untuk menabung masih rendah. Pendapatan yang diperoleh belum dialokasikan untuk tabungan melainkan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga.

5. Manajemen

Manajemen merupakan sebuah fungsi dalam organisasi yang meliputi 5 fungsi utama, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, mengendalikan, dan mengevaluasi. Manajemen yang baik adalah bekerja melalui orang lain untuk menyelesaikan tugas-tugas yang membantu pencapaian sasaran organisasi seefisien mungkin (Williams, 2001:8 dalam Nisa, 2014). Di BMT

Ngudi Makmur, 3 fungsi diantara lima fungsi manajemen organisasi sudah terlaksana dengan baik.

Fungsi merencanakan merupakan fungsi untuk menentukan sasaran atau target organisasi dan sarana untuk mencapainya. Dalam hal ini, BMT Ngudi Makmur sudah melaksanakan fungsi perencanaan dengan membuat target-target yang ingin dicapai sesuai visi BMT Ngudi Makmur itu sendiri. Selain itu, BMT Ngudi Makmur juga menyusun strategi dalam upaya mencapai visinya yang kemudian terbentuk menjadi misi BMT Ngudi Makmur.

Selain fungsi perencanaan, terdapat juga fungsi pengorganisasian yang merupakan fungsi penting dalam sebuah perusahaan. Fungsi pengorganisasian berperan dalam menetapkan keputusan-keputusan yang akan dibuat, dan siapa-siapa yang akan melaksanakannya, serta siapa yang akan bekerja untuk siapa. Untuk fungsi pengorganisasian, BMT Ngudi Makmur sudah menerapkannya dengan dibuatnya struktur organisasi BMT Ngudi Makmur (Gambar 3). Struktur tersebut dibuat sejak awal berdiri tahun 2008 hingga saat penelitian ini dilakukan belum ada perubahan. Pergantian kepengurusan di BMT Ngudi Makmur dilakukan setiap 2 tahun sekali.

Selanjutnya adalah fungsi memimpin yang erat kaitannya dengan seni kepemimpinan. Seorang pemimpin hendaknya dapat memberi inspirasi dan motivasi kepada bawahannya untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai sasaran organisasi. Berdasarkan observasi, salah satu kelemahan manajemen di BMT Ngudi Makmur ada pada fungsi ini. Dilihat dari sisi

kepengurusan, BMT Ngudi Makmur sudah memiliki struktur yang lengkap. Namun, dari segi komunikasi antara pengurus dan pengelola masih kurang.

Fungsi terakhir yaitu fungsi pengendalian yang bertujuan untuk mengawasi setiap adanya kemajuan pencapaian di setiap lini sasaran dan mengambil tindakan koreksi jika diperlukan. Di BMT Ngudi Makmur, fungsi ini dilakukan oleh pengawas. Pengawas BMT Ngudi Makmur selalu mengagendakan rapat rutin setiap bulan untuk membahas kinerja kepengurusan, pertanggungjawaban serta memantau adanya penyalahgunaan yang dilakukan oleh pengurus seperti penyalahgunaan wewenang. Selain itu, pengawas juga berperan membantu pengelola untuk memberikan peringatan pada anggota yang bermasalah. Salah satu indikator keberhasilan sebuah manajemen organisasi dapat dilihat dari koordinasi antar lini dalam struktur organisasi. Dalam hal manajemen, BMT Ngudi Makmur masih lemah karena untuk koordinasi antar struktur belum terlaksana dengan baik. Idealnya, antara pengurus dan pengelola melakukan koordinasi rutin untuk membahas segala hal terkait operasional BMT Ngudi Makmur. Akan tetapi, selama ini agenda koordinasi antara pengurus dan pengelola hanya tercantum dijadwal dan belum terealisasi.

B. Profil Nasabah Pelaku Agribisnis

Profil nasabah pelaku agribisnis merupakan gambaran keseluruhan nasabah pelaku agribisnis yang meliputi identitas diri. Identitas diri nasabah menggambarkan segala hal yang melekat atau berhubungan langsung dengan diri nasabah. Dalam penelitian ini, identitas diri nasabah dilihat dari kelompok usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, total pendapatan,

total pengeluaran, asal info, jarak rumah ke BMT Ngudi Makmur, produk yang pernah diakses selain yang digunakan saat ini.

Selain itu, profil nasabah pelaku agribisnis juga akan ditinjau dari sisi interaksi nasabah dengan BMT Ngudi Makmur yang akan menggambarkan bagaimana profil nasabah sebagai anggota di BMT Ngudi Makmur. Interaksi nasabah dengan BMT Ngudi Makmur dalam penelitian ini akan dibahas adalah berapa lama menjadi anggota

Nasabah yang terdaftar di BMT Ngudi Makmur mayoritas bermata pencaharian utama di sektor agribisnis seperti petani, buruh tani, buruh tambak udang, dan pedagang. Sebagian besar nasabah dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki dengan kisaran usia terbanyak pada usia 41 hingga 49 tahun dan bermata pencaharian pokok disektor agribisnis. Sebagian besar dari nasabah pelaku agribisnis menamatkan pendidikan menengah atas atau sederajat. Dalam jumlah tanggungan keluarga, mayoritas dari nasabah mempunyai 1 hingga 4 tanggungan keluarga.

Tabel 2. Identitas Diri Nasabah Pelaku Agribisnis

Identitas Diri	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Usia (tahun)		
31 – 40	11	28,2
41 – 49	17	43,6
50 – 59	11	2,82
Jumlah	39	100,0
Jenis Kelamin		
Laki-laki	26	66,7
Perempuan	13	33,3
Jumlah	39	100,0
Pendidikan		
Tidak Tamat SD	1	2,6
SD	6	15,4
SMP	14	35,9
SMA	18	46,2
Jumlah	39	100,0
Tanggungjawab Keluarga (orang)		
1 – 2	19	48,7
3 – 4	19	48,7
5 – 6	1	2,6
Jumlah	39	100,0
Jarak (km)		
< 1	23	59,0
2 – 3	15	38,5
> 3	1	2,6
Jumlah	39	100,0
Lama Menjadi Anggota (tahun)		
2 – 3	5	12,8
4 – 5	25	64,1
>5	9	23,1
Jumlah	39	100,0
Produk Lain yang Diakses Selama Menjadi Anggota		
Tidak ada	37	94,9
Tabungan Pendidikan	2	5,1
Jumlah		100,0

Usia. Dilihat dari usia nasabah pelaku agribisnis, sebanyak 17 orang nasabah berusia dikisaran 41 hingga 49 tahun atau 43,6% dari keseluruhan data yang ada. Dengan demikian, sebenarnya nasabah dalam penelitian ini berpotensi besar untuk terus mengembangkan usahanya dalam sektor agribisnis, karena mayoritas nasabah masih berusia produktif. Dengan banyaknya nasabah yang masih berada pada kisaran usia produktif akan sangat mendukung perkembangan usahanya di dalam sektor agribisnis khususnya pertanian lahan pasir di Imorenggo. Seiring dengan perkembangan usaha yang digelutinya, maka banyaknya pelaku agribisnis yang berusia produktif ini akan berpeluang menjadi nasabah BMT Ngudi Makmur serta berpotensi untuk mengajukan pembiayaan di BMT Ngudi Makmur guna mendukung usahanya dalam sektor agribisnis.

Jenis kelamin. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas nasabah adalah berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 26 orang atau 66,7%, sementara nasabah perempuan hanya berjumlah 13 orang. Hal ini dikarenakan latar belakang nasabah yang mayoritasnya bermata pencaharian di sektor agribisnis sebagai petani. Adapun 13 nasabah yang berjenis kelamin perempuan dalam penelitian ini, mereka melakukan usahatani dalam skala kecil dengan luas lahan 500 m² yang merupakan lahan pekarangan rumah, bekerja sebagai buruh tani baik ladang maupun tambak udang yang berada di sepanjang pesisir pantai Imorenggo. Selain itu, faktor lain seperti dalam hal pengambilan keputusan dalam sebuah keluarga dilakukan oleh kepala keluarga yang pada umumnya adalah laki-laki, termasuk keputusan untuk melakukan pembiayaan di BMT Ngudi Makmur, karena untuk mendaftar menjadi nasabah diperlukan fotocopy KTP suami

Tingkat pendidikan. Dari tingkat pendidikan, sebagian besar nasabah tergolong berpendidikan tinggi karena mayoritas adalah tamatan SMA/ sederajat yaitu sebanyak 18 orang. Akan tetapi, pemahaman nasabah tentang akad syariah masih kurang. Hal ini dapat dilihat pengajuan pembiayaan di BMT Ngudi Makmur, mayoritas nasabah tidak mengetahui akad apa yang harus dipilihnya. Akhirnya keputusan untuk pemilihan akad diperoleh setelah mendapatkan saran dan penawaran dari petugas pengelola BMT Ngudi Makmur.

Jumlah tanggungan dalam keluarga. Dari jumlah tanggungan dalam keluarga nasabah sebagian besar berjumlah 1 hingga 4 anggota keluarga ada 38 nasabah. Jumlah tanggungan keluarga yang tidak banyak tersebut dikarenakan jumlah anak yang dimiliki oleh nasabah juga tidak banyak. Selain itu, ada sebagian anak dari nasabah pelaku agribisnis yang sudah berkeluarga, sehingga sudah tidak menjadi tanggungan nasabah tersebut.

Jarak. Jarak tempuh dari rumah nasabah pelaku agribisnis menuju BMT Ngudi Makmur mayoritas kurang dari atau sama dengan 1 kilometer yaitu sebanyak 23 orang (59,0%) dari total data yang ada. Hal ini dikarenakan letak BMT yang strategis berada di samping jalan desa dan sebagian besar responden menganggap bahwa posisi BMT berada di tengah-tengah desa sehingga sangat mudah diakses lokasinya.

Lama menjadi anggota. Berdasarkan lama keanggotaan, hampir seluruh nasabah telah menjadi anggota selama 4 hingga 5 tahun dan ada juga yang telah menjadi anggota BMT Ngudi Makmur sejak awal berdiri. Nasabah yang telah terdaftar sebagai anggota sejak awal berdirinya BMT Ngudi Makmur juga terlibat

dalam rapat pembentukan BMT Ngudi Makmur dan ikut membeli saham dalam rangka pengumpulan modal awal BMT Ngudi Makmur pada tahun 2008. Motivasi petani menjadi anggota di BMT Ngudi Makmur didasarkan atas kesadaran sendiri karena merasa butuh lembaga keuangan yang mudah diakses khususnya di Dusun Imorenggo.

Produk lain yang pernah diakses. Hampir seluruh nasabah tidak pernah mengakses produk yang ditawarkan BMT Ngudi Makmur yaitu sebanyak 94,9% atau 37 orang dan sisanya 2 orang pernah mengakses produk yang ditawarkan BMT Ngudi Makmur yaitu tabungan pendidikan. Dari dua orang tersebut, salah seorang beralasan menggunakan produk tabungan pendidikan dikarenakan nasabah tersebut peduli dengan pendidikan anaknya. Selain itu istrinya merupakan *teller* di BMT Ngudi Makmur dan nasabah tersebut merupakan Kepala Dusun Imorenggo

Tabel 3. Pendapatan dan Tingkat Pengeluaran Nasabah

Pendapatan Total	Jumlah	Persentase (%)
< 5.400.000	36	92,3
5.500.000 – 9.300.000	1	2,6
>9.400.000	2	5,1
Jumlah	39	100,0
Pengeluaran Total	Jumlah	Persentase (%)
< 5.050.333	29	74,4
5.051.333 - 8.830.667	6	15,4
>8.831.667	4	10,3
Jumlah	39	100,0

Pendapatan total. Pendapatan nasabah pelaku agribisnis merupakan jumlah bersih yang diperoleh nasabah pelaku agribisnis dari hasil usahanya di sektor agribisnis dan usaha lainnya diluar pertanian. Dalam hal ini, setiap nasabah pelaku agribisnis tidak mengusahakan komoditas yang sama, sehingga umur panen setiap komoditas berbeda. Sebagian besar nasabah pelaku agribisnis mengusahakan jenis komoditas melon dan semangka, selain itu terdapat juga jenis komoditas lain seperti pepaya *california*, cabai, terong dan sayur. Untuk menyamakan hasilnya, dari pendapatan yang diperoleh dari sektor agribisnis yang seharusnya per musim tanam dikonversi menjadi per bulan. Mayoritas pendapatan total nasabah agribisnis pada kisaran kurang dari Rp 5.400.000 sebanyak 36 orang atau 92,3% dan sisanya pada kisaran Rp 5.500.000 – 9.300.000 sebanyak 1 orang serta pada kisaran lebih dari 9.400.000 sebanyak 2 orang. Dari kedua nasabah tersebut diketahui bahwa mereka mengusahakan komoditas melon serta memiliki lahan yang luas, sehingga pendapatannya juga besar.

Pengeluaran. Pengeluaran nasabah dibagi menjadi dua yaitu pengeluaran yang bersifat bulanan dan yang bersifat tahunan. Pengeluaran total nasabah terbanyak pada kisaran kurang dari Rp 5.050.333 yaitu sebanyak 29 orang atau 74,4%. Hal ini dikarenakan, mereka memiliki jumlah tanggungan dalam keluarga yang sedikit.

C. Persepsi dan Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Persepsi

Persepsi merupakan penilaian nasabah pelaku agribisnis terhadap beberapa informasi yang telah diterimanya serta dialaminya, khususnya dengan BMT Ngudi Makmur. Adapun kategori yang dijadikan indikator dalam penelitian ini adalah meliputi indikator terhadap kondisi fisik BMT Ngudi Makmur, produk BMT, dan pelayanan BMT Ngudi Makmur.

Tabel 4. Capaian Skor Persepsi Terhadap BMT Ngudi Makmur

Persepsi	Distribusi Skor					Capaian Skor Rata-rata
	5	4	3	2	1	
Kondisi Fisik BMT						
Lokasi BMT	5	34				4,13
Bangunan BMT	5	34				4,13
Kebersihan BMT	5	31	3			4,05
Kenyamanan BMT	5	33	1			4,10
Produk BMT						
Kemudahan mengajukan pembiayaan	5	34				4,13
Keadilan sistem bagi hasil	5	34				4,13
Keragaman produk	5	34				4,13
Kesesuaian akad yang diterapkan	5	34				4,13
Keamanan produk	5	34				4,13
Ringan tidaknya angsuran	5	34				4,13
Pelayanan BMT						
Keramahan petugas	5	34				4,13
Pelayanan yang diberikan petugas	5	34				4,13
Capaian Skor Rata-rata						49,44
Rata-rata						4,12
Kategori:						Baik

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa persepsi nasabah pelaku agribisnis terhadap BMT Ngudi Makmur adalah baik. Hal ini dikarenakan setiap kategori yang ada menghasilkan capaian skor rata-rata 4,12. Namun, pada indikator kondisi fisik bangunan BMT Ngudi Makmur khususnya pada kategori kebersihan BMT dan kenyamanan saat berada di dalam BMT mendapatkan skor terendah dari kategori lainnya, dikarenakan ada sebagian nasabah merasa kurang nyaman jika berada didalam BMT dan sebagian lagi menganggap bahwa kebersihan BMT kurang terjaga.

1. Persepsi terhadap Kondisi Fisik BMT Ngudi Makmur

Dalam inidkator persepsi terhadap kondisi fisik BMT Ngudi Makmur terdapat 4 kategori pertanyaan yang diberikan kepada nasabah saat proses wawancara menggunakan kuesioner yaitu lokasi BMT Ngudi Makmur, kondisi bangunan BMT Ngudi Makmur, kebersihan BMT Ngudi Makmur, dan kenyamanan yang dirasakan jika berada didalam BMT Ngudi Makmur.

Lokasi BMT Ngudi Makmur, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti nasabah berpersepsi baik terhadap lokasi BMT Ngudi Makmur sekarang ini. Hal ini dikarenakan letak BMT yang berada disamping jalan desa serta untuk menuju lokasi BMT tidak terlalu sulit.

Kondisi bangunan BMT Ngudi Makmur, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti nasabah berpresepsi bahwa bangunan BMT saat ini sudah baik. Hal ini dikarenakan bangunan BMT yang baru telah dibangun di timur BMT yang lama.

Kebersihan BMT Ngudi Makmur, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,05 yang berarti nasabah berpersepsi bahwa kebersihan BMT saat ini sudah baik. Namun, sebagian kecil ada nasabah yang menganggap bahwa kebersihan BMT kurang terjaga.

Kenyamanan saat berada didalam BMT Ngudi Makmur, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,10 yang berarti nasabah merasa nyaman jika berada didalam BMT. Namun, ada sebagian kecil yang merasa kurang nyaman didalam BMT dikarenakan bangunan BMT yang sempit serta merasa panas jika terlalu lama didalam BMT.

2. Persepsi terhadap Produk BMT Ngudi Makmur

Dalam indikator persepsi produk BMT Ngudi Makmur, terdapat 6 kategori pertanyaan yang diberikan kepada nasabah yaitu kemudahan dalam mengajukan pembiayaan, keadilan sistem bagi hasil, keragaman produk yang ditawarkan BMT, kesesuaian akad yang diterapkan, keamanan produk, dan ringan tidaknya angsuran.

Kemudahan dalam mengajukan pembiayaan, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti bahwa nasabah menganggap untuk mengajukan pembiayaan di BMT Ngudi Makmur mudah. Hal ini dikarenakan, untuk mengajukan pembiayaan hanya menggunakan syarat fotokopi KTP, fotokopi KK dan fotokopi KTP suami bagi nasabah perempuan.

Keadilan sistem bagi hasil, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti bahwa nasabah menganggap sistem bagi hasil yang diberikan BMT Ngudi Makmur adil. Hal ini dikarenakan, setiap nasabah memperoleh bagi hasil dengan porsi yang berbeda sesuai besar modal yang dipinjam untuk melakukan usaha.

Keragaman produk, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti bahwa nasabah menganggap produk yang ada di BMT Ngudi Makmur beragam. Namun, pada kenyataannya hampir semua nasabah tidak mengakses produk lain yang ditawarkan oleh BMT Ngudi Makmur, dikarenakan nasabah khawatir jika mengakses produk lain akan menjadi beban tambahan keuangan mereka.

Kesesuaian akad yang diterapkan, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti bahwa nasabah menganggap akad yang diberikan oleh BMT Ngudi Makmur sesuai dengan yang mereka butuhkan. Pada kenyataannya, sebagian besar nasabah tidak mengetahui akad yang ada, sehingga akad yang mereka pilih adalah hasil penawaran dan rekomendasi yang diberikan dari petugas BMT Ngudi Makmur.

Keamanan produk, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti bahwa nasabah menganggap jika mereka menabung di BMT Ngudi Makmur. Hal ini dikarenakan sebagian besar nasabah mengenal baik petugas di BMT Ngudi Makmur serta sebagian juga yang masih berkerabat dengan petugas BMT Ngudi Makmur. Sehingga, petugas tidak akan berbuat hal yang tidak diinginkan dan disini ada asas saling percaya satu sama lain

Ringan tidaknya angsuran, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti bahwa nasabah menganggap angsuran yang harus dikembalikan nasabah ke BMT Ngudi Makmur ringan. Hal ini sesuai dengan kesepakatan angsuran yang harus dikembalikan yang dibuat sebelumnya antara pihak nasabah dan BMT Ngudi Makmur.

3. Persepsi terhadap Pelayanan BMT Ngudi Makmur

Dalam indikator persepsi terhadap pelayanan BMT Ngudi Makmur terdapat 2 kategori pertanyaan yang diberikan yaitu keramahan petugas dan pelayanan petugas.

Keramahan petugas, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti nasabah menganggap bahwa petugas yang berada di BMT Ngudi Makmur ramah dalam melayani nasabah.

Pelayanan petugas, rata-rata skor yang diperoleh sebesar 4,13 yang berarti nasabah merasa terlayani dengan baik oleh petugas di BMT Ngudi Makmur. Hal ini bisa dilihat dari petugas yang memberikan penawaran serta rekomendasi akad yang dibutuhkan oleh nasabah.

4. Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Persepsi

Proses terjadinya persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor dari dalam maupun luar diri nasabah pelaku agribisnis. Faktor-faktor tersebut dapat menyebabkan pembentukan persepsi yang berbeda dari setiap individu nasabah pelaku agribisnis. Terdapat faktor yang dapat menyebabkan persepsi yang baik atau bahkan sebaliknya. Pada penelitian ini faktor-faktor yang dianggap

mempengaruhi dalam proses pembentukan persepsi nasabah pelaku agribisnis terhadap BMT Ngudi Makmur antara lain; tingkat pendidikan, jumlah tanggungan dalam keluarga, total pendapatan, pengeluaran bulanan, pengeluaran tahunan, asal informasi tentang BMT Ngudi Makmur, jarak antara rumah nasabah dengan BMT Ngudi Makmur, aktivitas organisasi dalam bentuk kelompok pengajian, kelompok arisan, dan kelompok tani. Adapun nilai koefisien korelasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah pelaku agribisnis terhadap BMT Ngudi Makmur dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 5. Korelasi *Rank Spearman* Faktor-Faktor dengan Persepsi

Variabel Faktor	Persepsi	
	<i>rs</i>	Signifikan (ρ)
Pendidikan Terakhir	-0,079	0,631
Jumlah Tanggungan	-0,275	0,090
Total Pendapatan	0,086	0,601
Pengeluaran Bulanan	-0,017	0,302
Pengeluaran Tahunan	0,097	0,555
Asal Informasi	-0,011	0,479
Jarak	-0,040	0,011*
Kelompok Pengajian	0,67	0,000**
Kelompok Arisan	0,67	0,000**
Kelompok Tani	0,48	0,002*

Sumber: Analisis Data Primer

* : Signifikan pada $\alpha = 0,05$

** : Signifikan pada $\alpha = 0,01$

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir, jumlah tanggungan dalam keluarga, pengeluaran bulanan, pengeluaran tahunan, asal informasi, dan jarak mempunyai nilai korelasi negatif.

Pendidikan terakhir. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara pendidikan terakhir nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah negatif, yaitu ($rs = -0,079$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,631. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin

tinggi pendidikan pelaku agribisnis, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan semakin rendah.

Jumlah Tanggungan. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara jumlah tanggungan nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah negatif, yaitu ($rs = -0,275$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,090. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin banyak jumlah tanggungan dalam keluarga pelaku agribisnis, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan semakin rendah.

Total pendapatan. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman*, diatas bahwa korelasi antara total pendapatan nasabah pelaku agribisnis dari dalam maupun luar pertanian dengan persepsi adalah positif, yaitu ($rs = 0,086$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,601 termasuk ke dalam kategori sangat rendah. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin banyak total pendapatan nasabah pelaku agribisnis, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan semakin tinggi.

Pengeluaran bulanan. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara pengeluaran bulanan nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah positif, yaitu ($rs = -0,017$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,302. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin tinggi pengeluaran bulanan nasabah pelaku agribisnis, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan rendah.

Pengeluaran tahunan. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara pengeluaran tahunan nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah positif, yaitu ($rs= 0,097$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,555 termasuk ke dalam kategori sangat rendah. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin tinggi pengeluaran tahunan nasabah pelaku agribisnis, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan tinggi.

Asal informasi. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara pengeluaran bulanan nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah positif, yaitu ($rs= -0,011$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,497. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin dekat hubungan antara orang yang memberitahu informasi tentang BMT Ngudi Makmur dengan nasabah sewaktu belum terdaftar menjadi anggota BMT Ngudi Makmur, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan rendah.

Jarak. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara jarak rumah nasabah pelaku agribisnis dengan BMT Ngudi Makmur terhadap persepsi adalah negatif, yaitu ($rs=-0,040$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,011. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin dekat jarak rumah nasabah pelaku agribisnis dengan BMT Ngudi Makmur, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan rendah. Karena mayoritas nasabah bertempat tinggal di dekat BMT Ngudi Makmur dan dari beberapa orang merasa dipersulit untuk mengajukan pembiayaan di BMT Ngudi Makmur.

Kelompok Pengajian. Kelompok pengajian merupakan salah satu aktivitas organisasi nasabah pelaku agribisnis. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara aktivitas organisasi berupa kelompok pengajian yang diikuti nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah positif, yaitu ($rs= 0,67$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 termasuk ke dalam kategori kuat. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin tinggi tingkat kehadiran nasabah pelaku agribisnis, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan tinggi. Karena dalam suatu wadah seperti ini, informasi akan tersebar cepat, dimana setiap individu bertukar informasi yang dimiliki kepada individu lain.

Kelompok Arisan. Kelompok arisan merupakan salah satu aktivitas organisasi nasabah pelaku agribisnis. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara aktivitas organisasi berupa kelompok arisan yang diikuti nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah positif, yaitu ($rs= 0,67$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 termasuk ke dalam kategori kuat. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin tinggi tingkat kehadiran nasabah pelaku agribisnis dalam menghadiri arisan, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan tinggi. Karena dalam suatu wadah seperti ini, informasi akan tersebar cepat, dimana setiap individu bertukar informasi yang dimiliki kepada individu lain.

Kelompok Tani. Kelompok tani merupakan salah satu aktivitas organisasi nasabah pelaku agribisnis. Dilihat dari tabel hasil korelasi *Rank Spearman* diatas, bahwa korelasi antara aktivitas organisasi berupa kelompok tani yang diikuti

nasabah pelaku agribisnis dengan persepsi adalah positif, yaitu ($r_s = 0,48$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 termasuk ke dalam kategori sedang. Hal ini berarti bahwa terdapat kecenderungan dimana semakin tinggi tingkat kehadiran nasabah pelaku agribisnis dalam pertemuan kelompok tani, maka persepsinya terhadap BMT Ngudi Makmur akan tinggi. Karena dalam suatu wadah seperti ini, informasi akan tersebar cepat, dimana setiap individu bertukar informasi yang dimiliki kepada individu lain.

C. Interaksi dan Loyalitas Nasabah Pelaku Agribisnis dengan BMT

Interaksi merupakan suatu peristiwa saling memengaruhi satu sama lain ketika dua orang atau lebih hadir bersama, yang kemudian mereka menciptakan suatu hasil satu sama lain atau berkomunikasi satu sama lain yang bertujuan untuk memengaruhi individu lain. Interaksi disini dilihat dari Lembaga Keuangan yang pertama kali dikenal oleh nasabah semasa hidupnya, tempat pertama kali nasabah menabung, dimana nasabah meminjam uang untuk pertama kali.

Sedangkan loyalitas merupakan keinginan nasabah pelaku agribisnis untuk mengakses produk jasa yang ditawarkan oleh BMT Ngudi Makmur secara berulang. Loyalitas disini akses berulang produk BMT Ngudi Makmur yang sudah digunakan saat ini, ketertarikan untuk mencoba produk lain yang ditawarkan oleh BMT Ngudi Makmur, akan mengajak orang lain yang belum terdaftar untuk bergabung sebagai anggota di BMT Ngudi Makmur, menceritakan kelebihan produk yang ditawarkan oleh BMT Ngudi Makmur kepada orang lain, dan ada tidaknya lembaga keuangan yang digunakan saat ini selain BMT Ngudi Makmur.

Tabel 6. Interaksi Nasabah Pelaku Agribisnis dengan Lembaga Keuangan

Variabel	Jumlah (orang)	Persentase (%)
LK yang dikenal lebih dulu:		
a. LKS (BMT)	12	30,8
b. LKK (BRI/Koperasi)	27	69,2
c. Tidak ada	-	0
Jumlah	39	100,0
Pertama kali menabung:		
a. LKS (BMT)	7	17,9
b. LKK (BRI/Koperasi)	27	69,2
c. Tidak menabung di LK	5	12,8
Jumlah	39	100,0
Pertama kali meminjam uang:		
a. LKS (BMT)	14	35,9
b. LKK (BRI/Koperasi)	24	61,5
c. Tidak meminjam di LK	1	2,6
Jumlah	39	100,0

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa mayoritas nasabah mengenal jenis lembaga keuangan konvensional terlebih dahulu sebelum mengenal BMT Ngudi Makmur sebanyak 27 orang atau 69,2%. Lembaga Keuangan Konvensional yang dimaksud adalah BRI dan Koperasi, sedangkan sisanya mengenal BMT Ngudi Makmur terlebih dahulu ada 12 orang atau 30,8%. Sementara untuk tempat dimana pertama kali nasabah menabung, sebagian besar memilih Lembaga Keuangan Konvensional sebanyak 27 orang atau 69,2% dan sisanya 7 orang menabung pertama kali di BMT Ngudi Makmur dan 5 orang memilih menabung uang yang dimilikinya dirumah.

Tabel 7. Capaian Skor Loyalitas Nasabah Pelaku Agribisnis

Loyalitas	Skor				Capaian Skor Rata-rata	Kategori
	Ya	Persentase (%)	Tidak	Persentase (%)		
Akses berulang	33	84,6	6	15,4	1,8	Sedang
Mencoba produk lain	2	5,1	37	94,9	1,1	Sedang
Mengajak orang lain	18	46,2	21	53,8	1,5	Sedang
Menceritakan kelebihan	31	79,5	8	20,5	1,8	Sedang
Total skor					6,2	Sedang
Rata-rata					1,5	

Akses berulang, hampir semua nasabah mengakses ulang produk yang sama untuk memenuhi kebutuhan usahanya yaitu produk pembiayaan dan terdapat juga yang memilih untuk tidak mengakses ulang produk di BMT Ngudi Makmur dikarenakan ketersediaan dana yang dimiliki BMT Ngudi Makmur terbatas sehingga untuk meminjam modal yang besar mereka lebih memilih lembaga keuangan konvensional seperti BRI.

Mencoba produk lain, hampir semua nasabah tidak mencoba produk lain yang ditawarkan BMT Ngudi Makmur, mereka khawatir jika mereka menggunakan produk lain yang ditawarkan BMT Ngudi Makmur tanggungan mereka akan bertambah. Namun, ada dua orang yang menggunakan produk tabungan pendidikan dikarenakan mereka peduli dengan masa depan anak disamping itu salah seorang merupakan kepala dusun Imorenggo yang istrinya bekerja di BMT Ngudi Makmur.

Mengajak orang lain untuk menjadi nasabah BMT Ngudi Makmur, sebagian besar nasabah tidak mengajak orang lain untuk mendaftar menjadi anggota BMT Ngudi Makmur, dikarenakan mereka menganggap bahwa semua warga yang ada disekitar BMT Ngudi Makmur sudah terdaftar menjadi anggota dan ada sebagian yang khawatir jika mengajak orang lain untuk menjadi anggota dan saat setelah orang lain yang diajaknya mendapat sesuatu hal tidak diharapkan, nasabah ikut disalahkan atas hal tersebut.

Menceritakan kelebihan BMT Ngudi Makmur, sebagian besar nasabah menceritakan kelebihan BMT Ngudi Makmur kepada orang lain. Kelebihan BMT Ngudi Makmur yang dimaksud adalah syarat untuk mengajukan pembiayaan sangat mudah hanya menggunakan fotokopi KTP, fotokopi KK, dan fotokopi KTP suami untuk nasabah perempuan. Selain itu, angsuran yang diterapkan oleh BMT Ngudi Makmur dirasa ringan oleh sebagian nasabah.

Lembaga keuangan yang digunakan selain BMT Ngudi Makmur, sebagian besar nasabah menggunakan lembaga lain untuk menambah modal dalam mengembangkan usahanya dikarenakan dana yang ada di BMT Ngudi Makmur tidak menentu. Dalam hal ini lembaga keuangan yang dimaksud adalah Lembaga Keuangan Konvensional berupa BRI. Namun, ada juga yaitu sebanyak 5 orang yang hanya menggunakan BMT Ngudi Makmur sebagai sumber untuk mendapatkan modal usaha dikarenakan mereka sudah terlalu nyaman menggunakan BMT dan sudah kenal dekat dengan petugas BMT, sehingga jika mereka membutuhkan dana yang bersifat darurat bisa langsung terpenuhi.

Selanjutnya untuk mengetahui adanya hubungan interaksi dan loyalitas terhadap persepsi yang sebelumnya dianalisis menggunakan perhitungan *Cross Tabulation* dapat dilihat pada Tabel 18 dan Tabel 19.

Tabel 8. Hubungan Antara Interaksi dan Persepsi

Interaksi	Persepsi	
	Tinggi Jumlah (%)	Sedang Jumlah (%)
LK yang dikenal dulu		
a. LKS (BMT)	4 (80%)	8 (23,5%)
b. LKK (BRI/Koperasi)	1 (20%)	26 (76,5%)
c. Lain-lain		
Total	5 (100%)	34 (100%)
Menabung pertama kali		
a. LKS (BMT)	1 (20%)	6 (17,6%)
b. LKK (BRI/Koperasi)	1 (20%)	26 (76,4%)
c. Lain-lain	3 (60%)	2 (6%)
Total	5 (100%)	34 (100%)
Meminjam pertama kali		
a. LKS (BMT)	4 (80%)	10 (29,4%)
b. LKK (BRI/Koperasi)	1 (20%)	23 (67,6%)
c. Lain-lain	-	1 (3%)
Total	5 (100%)	34 (100%)

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa nasabah yang mengenal jenis lembaga syariah berupa BMT Ngudi Makmur terlebih dahulu mempunyai skor persepsi “tinggi” yaitu sebanyak 80% atau 4 orang untuk yang mengenal lembaga keuangan konvensional berupa BRI/Koperasi terlebih dahulu mempunyai skor persepsi “sedang” yaitu sebanyak 76,5% atau 26 orang. Sedangkan jika dilihat dari tempat nasabah menabung pertama kalinya baik lembaga keuangan syariah berupa BMT Ngudi Makmur terlebih dahulu mempunyai skor persepsi “tinggi”

yaitu sebanyak 20% 1 orang dan yang mengenal lembaga konvensional berupa BRI/Koperasi terlebih dahulu mempunyai skor persepsi “sedang” yaitu sebanyak 76,4% atau 26 orang. Sementara untuk nasabah yang pertama kali menabung di rumah mempunyai kategori hubungan “tinggi” yaitu sebanyak 60,0% atau 3 orang dan yang terakhir jika dilihat dari tempat nasabah meminjam pertama kalinya untuk yang meminjam pertama kali di lembaga keuangan syariah mempunyai skor hubungan persepsi “tinggi” yaitu 80% atau 4 orang sedangkan jika nasabah meminjam pertama kalinya di lembaga keuangan konvensional mempunyai skor hubungan yang “sedang” yaitu 67,6% atau 23 orang dan lain-lain menunjukkan skor hubungan “sedang” sebanyak 3% atau 1 orang .

Tabel 9. Hubungan Antara Loyalitas dengan Persepsi

Loyalitas	Persepsi	
	Tinggi Jumlah (%)	Sedang Jumlah (%)
Akses berulang		
a. Ya	5 (100%)	28 (82,3%)
b. Tidak	-	6 (17,7%)
Total	5 (100%)	34 (100%)
Mencoba produk lain		
a. Ya	-	2 (5,8%)
b. Tidak	5 (100%)	32 (94,2%)
Total	5 (100%)	34 (100%)
Mengajak orang lain		
a. Ya	4 (80%)	14 (41,1%)
b. Tidak	1 (20%)	20 (58,9%)
Total	5 (100%)	34 (100%)
Menceritakan kelebihan		
a. Ya	5 (100%)	26 (76,4%)
b. Tidak	-	8 (23,6%)
Total	5 (100%)	34 (100%)

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa nasabah yang mengakses produk BMT Ngudi Makmur secara berulang menunjukkan skor hubungan “tinggi” yaitu sebanyak 100% atau 5 orang sedangkan yang tidak mengakses secara berulang mempunyai skor hubungan “sedang” yaitu sebanyak 17,7% atau 6 orang, untuk kategori mencoba produk lain yang ditawarkan BMT Ngudi Makmur menunjukkan skor hubungan “sedang” yaitu sebanyak 5,8% atau 2 orang sedangkan yang tidak mencoba produk lain mempunyai skor hubungan “sedang” juga yaitu sebanyak 94,2% atau 32 orang, untuk kategori mengajak orang lain untuk mendaftar menjadi anggota BMT Ngudi Makmur menunjukkan skor hubungan “tinggi” yaitu sebanyak 80% atau 4 orang sedangkan yang tidak mengajak orang lain mempunyai skor hubungan “sedang” yaitu sebanyak 58,9% atau 20 orang dan yang terakhir untuk kategori menceritakan kelebihan yang dimiliki BMT Ngudi Makmur dibanding lembaga keuangan lainnya kepada orang lain mempunyai kategori hubungan loyalitas dengan persepsi “sedang” yaitu 76,4% atau 26 orang dan untuk yang tidak menceritakan kelebihan mempunyai skor hubungan yang “sedang” juga yaitu 23,6% atau 8 orang.